

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Херсонський державний університет

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної та
науково-педагогічної роботи,
голова науково-методичної ради

Віталій КОБЕЦЬ

«29» 01 2021 р.

Програма атестації здобувачів вищої освіти

КОМПЛЕКСНИЙ ЕКЗАМЕН

**ЗА ФАХОМ МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ, ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ**

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма «Туризм»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денна та заочна форма навчання

ПОГОДЖЕНО

на засіданні науково-методичної ради

факультету бізнесу і права

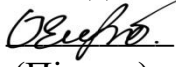
Голова НМР Катерина МЕЛЬНИКОВА

«08» грудня 2020 р., протокол № 6

Херсон – 2020

Затверджено на засіданні кафедри
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Протокол № 5 від 07.12.2020 р.

Завідувач  Олена ОРЛЕНКО
(Підпис) (П.І.Б)

Пояснювальна записка

Програма атестації здобувачів вищої освіти підготовлена відповідно освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування».

Атестація здобувачів вищої освіти – це комплекс кваліфікаційних завдань, які дозволяють виявити рівень підготовки здобувачів, ступінь володіння професійними знаннями та компетенціями, уміннями виконання виробничих функцій, зазначених в освітньо-професійній програмі.

Розділи програми підготовлені на основі програм дисциплін, що увійшли до складу комплексного екзамену.

Програма складається з наступних розділів:

Вступ.

Основний зміст.

Критерії оцінювання. Список літератури.

ВСТУП

Атестація здобувачів вищої освіти з маркетингу та менеджменту туристичної діяльності передбачає володіння студентами **компетентностями**:

ЗК 2 Використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних і прикладних завдань, що постають перед фахівцями туристичної галузі;

ЗК 5 Здатність працювати з інформацією, знати інформаційні потреби суспільства, інформаційно-пошукові ресурси та вміння управляти інформацією в професійній діяльності;

ФК 1 Знання і розуміння предметної області своєї професії;

ФК 2 Уміння застосовувати фахові знання на практиці;

ФК 6 Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

ФК 8 Розуміння принципів і процесів формування та організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та його підсистем;

ФК 10 Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

Програмні результати навчання:

ПРН 7 Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території;

ПРН 9 Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;

ПРН 11 Проводити дослідження туристичного ринку та оцінювати перспективи його розвитку у цілому та у рамках окремих видів туризму / географічних напрямів;

ПРН 12 Аналізувати природно-ресурсні та соціально-економічні передумови розвитку та функціонування просторової організації туристичного ринку;

ПРН 13 Розуміння принципів і процесів щодо організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

РОЗДІЛ 1.

МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Маркетинг в туризмі

1.1. Особливості та перспективи розвитку маркетингу в туризмі.

Сучасний туризм та туристична індустрія, їх роль у світовій економіці та економіці України. Фактори, що визначають стан та розвиток туристичної індустрії в країні. Передумови та тенденції розвитку маркетингової концепції управління в туризмі.

Основні категорії та поняття маркетингу в туризмі. Потреби, що задовольняють підприємства туристичної індустрії. Еволюція концепцій маркетингу в туризмі. Соціально-етичний маркетинг та перспективи його використання в туризмі. Концепція сталого розвитку туризму та її прикладне значення в маркетинговій діяльності у сфері туризму. Тенденції розвитку сучасної індустрії туризму в контексті маркетингу.

Сутність, зміст та особливості маркетингу в туризмі. Туристичний продукт як об'єкт маркетингового управління. Характеристика та особливості послуг туристам з точки зору маркетингу. Суб'єкти та рівні маркетингу в туризмі. Маркетинг туристичних підприємств і маркетинг туристичних організацій. Маркетинг місць і туристських дестинацій. Концепції «маркетингу вражень» і «маркетингу відносин» та перспективи їх застосування в туризмі. Internet-маркетинг в туризмі.

Принципи туристичного маркетингу. Характеристика основних етапів процесу маркетингового управління на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях. Маркетингові цілі.

1.2. Технологія маркетингових досліджень в туризмі.

Цілі та види маркетингових досліджень в туризмі. Алгоритм та характеристика етапів проведення маркетингових досліджень на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях. Принципи та форми організації маркетингових досліджень туристичним підприємством. Соціально-етичні норми маркетингових досліджень в туризмі.

Маркетингова туристична інформація. Види та основні правила збору,

обробки і використання маркетингової туристичної інформації. Маркетингова інформаційна система туристичного підприємства. Первинні та вторинні джерела маркетингової туристичної інформації, їх характеристика. Характеристика внутрішніх та зовнішніх джерел маркетингової туристичної інформації.

Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в туризмі. Практика застосування методів опитування на туристичному підприємстві. Структура та правила складання анкети для опитування потенційних споживачів туристських послуг та туристів. Спеціальні методики опитувань, що використовуються у сфері туризму. Характеристика методів спостереження, переваги та недоліки їх використання в туризмі.

Експеримент та імітація як методи отримання первинної інформації, види та приклади його використання в практиці туризму. Маркетингові дослідження та методики отримання маркетингової туристичної інформації у середовищі Internet. Експертні методи отримання і оцінки маркетингової туристичної інформації, їх види та правила використання. Метод фокус-групи та глибинне інтерв'ю в маркетингових дослідженнях на туристичних підприємствах (організаціях). Вибіркові та панельні дослідження в туризмі.

Характеристика методів аналізу та представлення зібраної маркетингової туристичної інформації. Взаємозв'язок мети дослідження, методики його проведення та вибору методу аналізу отриманих даних (кореляційного, регресійного, варіаційного, дискримінантного, кластерного, факторного, багатовимірного). Звіт про результати маркетингового дослідження.

1.3. Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях.

Основні напрямки проведення маркетингових досліджень у туристичних організаціях і підприємствах. Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства (організації). Мікро-, мезо- макро- та мегасередовище туристичного підприємства (організації).

Маркетингові дослідження туристичного ринку. Класифікація туристичного ринку. Якісна структура туристичного ринку. Географічна та видова сегментація туристичного ринку. Кон'юнктура та місткість туристичного ринку. Частка ринку.

Маркетингові дослідження конкурентів та конкурентного середовища на туристичному ринку. Побудова конкурентної картки. Бенчмаркетингові дослідження в туризмі. Маркетингові дослідження споживачів туристських послуг. Характеристика основних факторів, що впливають на туристський попит. Дослідження поведінки споживачів туристських послуг. Мотиви поведінки споживачів послуг. Характеристика основних етапів процесу ухвалення споживачем рішення про покупку туристичного продукту. Оцінка рівня задоволення очікувань споживачів туристських послуг.

1.4. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства.

Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства. Аналіз туристичного продукту. Характеристика чотирьохрівневої концепції туристичного продукту. Асортиментна політика туристичного підприємства.

Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу. Моделі якості. Маркетингова оцінка якості туристичного продукту.

Концепція життєвого циклу туристичного продукту. Нові продукти в маркетинговій діяльності туристичного підприємства. Основні етапи розробки та впровадження нового туристичного продукту.

Внутрішній маркетинг на туристичних підприємствах.

1.5. Маркетингова цінова політика туристичного підприємства.

Сутність, цілі і завдання цінової політики туристичного підприємства. Види цін. Характеристика основних етапів розробки цінової політики. Фактори, що визначають цінову політику туристичного підприємства. Основні методи ціноутворення, що використовуються в туризмі. Характеристика цінових стратегій, що можуть застосовуватись туристичним підприємством.

1.6. Маркетингова політика збуту туристичного продукту.

Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту. Основні етапи розробки збутової політики.

Посередницька діяльність та функції посередників у сфері туризму. Характеристика ринкових посередників у сфері туризму: ініціативні та рецептивні туроператори, туристичні агенти, оптові продавці туристських послуг, спеціалісти (туристичні брокери, мотиваційні будинки, представники гральних закладів), представники готелів, національні, державні і місцеві туристичні представництва, консорціуми і системи бронювання місць, Internet-технології та системи резервування на основі комп'ютерних мереж.

Вертикальні маркетингові системи в збутовій політиці туристичних підприємств. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика.

1.7. Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій.

Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації). Цільові аудиторії комунікацій. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій. Характеристика основних та синтетичних елементів комплексу маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації).

Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Технологія персонального продажу на туристичному підприємстві.

Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Визначення цілей стимулювання збуту, вибір засобів, розробка програми, попереднє тестування і реалізація, оцінка результатів. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту

туристичним підприємством.

Робота з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Відносини з пресою, публісити туристичного продукту та туристичної фірми, корпоративна комунікація, лобіювання, консультування, спонсорство і меценатство. Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості в індустрії туризму.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Особливості та види реклами в туризмі. Характеристика основних етапів рекламної діяльності. Особливості застосування різних видів засобів розповсюдження туристичної реклами. Спеціальні види реклами в туризмі.

Виставкова та ярмаркова діяльність туристичних підприємств і організацій. Технологія участі туристичного підприємства (організації) у роботі виставки. Спеціалізовані туристичні виставки. Фірмовий стиль туристичного підприємства (організації). Елементи фірмового стилю.

2. Менеджмент у туризмі

2.1. Сутність і зміст менеджменту туризму.

Організаційно-управлінський процес у туризмі. Текстологічний підхід, аспекти управлінського процесу. Основні поняття і управлінські категорії туризму: туристична послуга, туристичний продукт.

Історичні інструменти управління. Сучасні інструменти управління: ієрархія, культура, ринок. Ринкова сутність туризму: попит і пропозиція. Особливості менеджменту в туризмі.

2.2. Функції, принципи і методи менеджменту в туризмі.

Сутність і взаємний зв'язок функцій менеджменту. Планування в туризмі. Організаційна функція. Мотивація в туризмі. Функція контролю.

Принципи і методи менеджменту. Принципи менеджменту в туризмі та їх класифікація. Система методів менеджменту і їх взаємозв'язок: організаційно-адміністративні, економічні, соціально-психологічні методи управлінського впливу в туризмі.

2.3. Еволюція менеджменту туризму.

Еволюція менеджменту туризму. Передумови розвитку менеджменту і туризму як окремих сфер людської діяльності. Розвиток шкіл менеджменту і туризму на етапі становлення індустріальних відносин, у другій половині ХХ ст. Сучасні детермінанти менеджменту туризму. Оптимальність наукових підходів менеджменту в управлінні туристичною діяльністю.

2.4. Система управління в туризмі.

Поняття про систему туризму. Керуюча і керована підсистеми. Суб'єкт управління в туризмі: мотивація туристів, фактори туристичної мотивації, типи туристів, види і форми туризму.

Об'єкт управління в туризмі. Туристичний регіон як об'єкт управління: поняття про туристичний регіон, туристичну дестинацію, туристичний продукт-місце; наукові підходи до дослідження туристичного регіону. Туристичні організації: сутність діяльності, функції, регіональна політика в сфері туризму і завдання національних туристичних організацій. Туристичні підприємства.

2.5. Управління внутрішнім і зовнішнім середовищем в туризмі.

Внутрішнє середовище в туризмі. Внутрішні змінні організації, їх системний характер. Сутність внутрішніх змінних: цілі, структура, завдання, технологія, люди. Цілепокладання в туризмі. Організаційні структури: поняття, типи і проектування управлінських структур.

Зовнішнє середовище туристичної діяльності. Фактори зовнішнього середовища. Мікросередовище туристичної організації. Макросередовище туристичного бізнесу.

2.6. Управління сполучними процесами в туризмі.

Управлінські рішення в туризмі. Сутність процесу прийняття рішень. Класифікація управлінських рішень. Моделі прийняття управлінського рішення в туристичній діяльності: фізична, аналогова, математична. Методи прийняття рішень.

Комунікаційний процес в управлінні туристичною діяльністю. Комунікаційний процес. Комунікаційна майстерність: діловий етикет в туризмі; ораторське мистецтво в роботі менеджера туризму; невербальні прийоми комунікації. Специфіка спілкування з представниками іноземних держав. Управління зовнішніми комунікаціями.

Управління конфліктами в туризмі. Сутність поняття «конфлікт», його характерні риси.

2.7. Ефективний менеджмент – управління, орієнтоване на клієнта.

Ефективність та успішність менеджменту туризму. Поняття про ефективність, результативність, успішність менеджменту. Управління персоналом та процесами праці в туризмі. Топ-менеджер у туризмі. Управління, орієнтоване на клієнта. Менеджмент якості в туризмі. Інноваційний менеджмент.

Управління продажем туристичного продукту. Психодіагностика клієнта туристичної фірми. Створення сприятливого психологічного клімату. Враження і довіра у клієнта. Моніторинг за внутрішнім станом клієнта. Фокусування уваги клієнта. Аргументація. Презентація туристичного продукту.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

**(Основи туризмознавства, організація туристичних подорожей,
організація екскурсійної діяльності, організація анімаційної діяльності,
туроперейтинг)**

1. Основи туризмознавства

1.1. Сутність організації туризму та її характерні особливості.

Зміст поняття "організація". Типи організації – упорядкована і стихійна організація. Організація як функціональне підгрунтя менеджменту. Загальна схема процесу управління. Функції менеджменту. Еволюція та історичні передумови становлення туризму. Томас Кук як творець специфічного туристського продукту. Туристська індустрія як сукупність виробництв різних галузей народного господарства. Новітні підходи до визначення туризму. Понятійно-термінологічні обмеження та характеристики туризму. Десять підходів до визначення туризму. Три групи визначень туризму. Поняття турист та міжнародний (іноземний) турист. Становище туристичної індустрії в Україні. Головні чинники розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні. Стратегія сталого розвитку туризму і курортів України.

1.2. Класифікаційні і функціональні ознаки туризму.

Сутність поняття "туризм". Характерні туристські послуги й товари. Супутні туристські послуги й товари. Місце надання туристських послуг. Класифікаційна система туризму. Схема класифікації туризму. Тип туризму як національна приналежність туриста: внутрішній, в'їзний і виїзний туризм. Категорії туризму: туризм в межах країни, національний і міжнародний туризм. Види туризму. Функції туризму: соціальна, гуманітарна й економічна. Роль туризму в сучасному світі. Туризм як сегмент соціально-економічної системи. Суб'єкт та об'єкт туризму. Туристський регіон. Туристське районування UNWTO. Вимоги до регіону туристської дестинації. Типологія туристських регіонів. Розвиток туризму та чинники, що на нього впливають. Фактори впливу на розвиток туризму: статичні, динамічні; зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні).

1.3. Туристська діяльність та її міжнародне регулювання.

Особливості регулювання туристичної індустрії на міжнародному рівні. Міжнародне регулювання як система впливу і комплекс заходів для ефективного керування туристською галуззю. Міжнародні організації, що узгоджують діяльність туристської галузі. Міжнародні організації як форма багатостороннього співробітництва в туризмі. Класифікація міжнародних організацій. Організації системи ООН. Класифікація туристських організацій: світові, регіональні. Цілі і завдання світових міжнародних туристських організацій. Цілі, завдання та напрямки діяльності Всесвітньої туристської

організації (ЮНВТО). Регуляторні інструменти в міжнародній туристській роботі. Міжнародні конвенції та декларації. Схема взаємодії UNWTO з іншими організаціями. Міжурядові угоди. Регламентарно-спрямовані міжнародні документи в туристській діяльності. "Кодекс туриста". Сутність туристських міжнародних заходів. Міжнародні туристські біржі, ярмарки, виставки, салони. Міжнародні взаємовідносини України в області туризму. Розвиток інституційного співробітництва.

1.4. Організаційні основи державного управління туристською галуззю в Україні.

Державні органи в регулюванні туристичної діяльності. Основні цілі державного регулювання в галузі туризму. Концептуальні завдання державного регулювання туристського бізнесу. Державна служба туризму і курортів. Схема керування туристською діяльністю в Україні. Основні положення туристської політики в Україні. Напрями державної політики згідно закону України "Про туризм". Шляхи реалізації державної політики в галузі туризму. Державна програма розвитку туризму в Україні. Нормативно-правові та законодавчі акти України в області туризму. Головні державні важелі впливу в туристській діяльності. Взаємини держави і ринку туристських послуг.

1.5. Туристські підприємства як суб'єкти господарювання.

Основи поняття "суб'єкт господарської діяльності". Сутність поняття "підприємство" та основні цілі його діяльності. Статут, статутний фонд, місія підприємства. Види підприємств. Класифікація підприємств за організаційно-правовою формою. Функції туристських підприємств: організаційна, посередницька, торговельно-банківська. Завдання діяльності туристського підприємства. Внутрішнє та зовнішнє середовище туристського підприємства. Класифікація туристських підприємств. Типи комерційних туристських підприємств: туроператори, турагенти, туристські бюро, екскурсійні бюро. Особливості та види туристських підприємств. Основні вимоги до персоналу і офісу туристського підприємства. Правила ефективності роботи персоналу і культури обслуговування відвідувачів.

1.6. Основні технологічні процеси туристських підприємств та їх характеристика.

Зміст понять "технологія роботи підприємств" і "технологічні процеси". Етапи розвитку технології. Особливості туристських послуг. Основні технологічні складові технологій і класифікація окремих елементів. Класифікація технологій. Технологічні цикли і операції. Види просторів: простір виробництва і простір споживання. Монопростір і робоче місце. Технологічний процес в туристській діяльності та його учасники. Класифікація учасників технологічних процесів. Групи суб'єктів туристської діяльності. Діяльність туроператорів і турагентів. Процес взаємодії між турагентом і туроператором. Класифікація функцій туроператора. Функції турагента. Технологічний аспект у формуванні туристських послуг. Роль туроператорів у

туризмі. Організаційне підґрунтя у обслуговуванні клієнтів туристської фірми. Складові процесу продажу туристського продукту. Фактори впливу на рівень обслуговування клієнтів при купівлі турпродукту. Етика спілкування персоналу турфірми з клієнтом. Метод продажу. Форми контакту з потенційними споживачами. Спеціалізовані види туризму та особливості їх організації. Виставкова індустрія та головні правила її організації і проведення. Класифікація виставок. Варіанти участі у виставках.

1.7. Ліцензування в діяльності туристських підприємств.

Ціль та необхідність ліцензування. Закон України “Про туризм”. Основні формулювання з ліцензування. Повноваження Державної служби туризму та курортів. Нормативно-правове підґрунтя в ліцензуванні. Конституція України. Цивільний Кодекс України. Господарський кодекс України. Кримінальний кодекс України. Кодекс України про адміністративні правопорушення. Закон України “Про внесення змін до Закону України Про туризм”. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. Закон України “Про захист прав споживачів”. Закон України “Про звернення громадян”. Закон України “Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства”. Закон України “Про рекламу”. Закон “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження переліку органів ліцензування”. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження переліку документів, що додаються до заяви про видачу ліцензії для окремих видів господарської діяльності”. Умови ліцензування. Процес ліцензування туроператорської і турагентської діяльності. Вимоги до підприємств і підприємців, які надають туроператорські й турагентські послуги.

1.8. Туристський продукт та основоположні етапи його виробництва, просування й реалізації.

Визначення туристського продукту. Специфічні особливості туристського продукту. Основні і додаткові послуги. Основні напрями робіт з підготовки турів. Замовлений тур. Переваги та недоліки інклюзив-турів (пекідж-турів). Склад туристського продукту. Туристський продукт як комплекс трьох видів пропозиції: тур, туристсько-екскурсійні послуги і туристські товари. Класифікація туристських маршрутів. Туристське обслуговування. Категорії класів обслуговування. Підходи до складання програми обслуговування. Рівень обслуговування. Оптимальна програма обслуговування. Властивості туристського продукту: обґрунтованість, надійність, ефективність, цілісність, якісність, простота, гнучкість, корисність, гостинність. Складові елементи гостинності. Єдині вимоги до туристського продукту. Проектування туристського продукту. Схема взаємодії туроператора з навколишнім середовищем при проектуванні турпродукту. Послідовність проектування туристської послуги. Формування туристського продукту. Принципи пошуку і відбору постачальників. Просування і реалізація туристського продукту.

1.9. Розвиток туристської індустрії.

Структура туристської галузі. Індустрія туризму. Структура індустрії туризму як міжгалузевого комплексу. Структура туристського сектору економіки. Особливості сучасної туріндустрії. Туроператори як суб'єкти туристської індустрії. Додаткові функції операторів в умовах розвитку індустрії туризму. Концепція генералізації та життєвий цикл туристського продукту. Завдання генералізації турпродукту. Спрощена схема генералізації туристського продукту. Життєвий цикл товарів і компонентів обслуговування. Стадії життєвого циклу. Процедура керування створенням і реалізацією турпродукту. Засоби регулювання якості обслуговування в туризмі. Параметри оцінки якості туристських послуг. Оцінка якості турпродукту. Показники якості роботи туроператора. Підходи до визначення якості роботи туроператора: агентський і споживчий. Класифікація факторів, що негативно впливають на якість туристського обслуговування. Напрями забезпечення якості обслуговування туристів.

1.10. Туристські підприємства та їх діяльність в умовах конкуренції.

Особливості функціонування та перспективи розвитку сучасного туристського ринку. Туристський ринок як суспільно-економічне явище. Чотири моделі ринку: чиста монополія; олігополія; монополістична конкуренція; чиста конкуренція. Форми диференціації продукту. Характерні особливості туристського попиту і пропозиції. Складові туристського попиту. Коефіцієнт еластичності. Чинники впливу на туристський попит: споживацькі смаки; число туристів; доход потенційних туристів; ціни на суміжні тури; туристські (споживчі) очікування; сезонність. Загальна структура туристської пропозиції. Конкуренція як головний чинник розвитку туристської галузі. Зміст основних підходів до визначення конкуренції. Види потреб. Конкурентні прерогативи туристського підприємства. Класифікація конкурентних переваг підприємства. Якість туристського продукту як підгрунтя конкурентоспроможності туристських підприємств. Методи підвищення конкурентоспроможності продукції. Завдання загальнофірмових програм управління якістю.

1.11. Розвиток інтеграційних процесів в управлінні туристськими підприємствами.

Нові організаційні форми керування суб'єктами туристської галузі в умовах глобалізації економіки. Процеси жорсткої конкурентної боротьби за клієнта, ринки збуту й сфери впливу. Стратегія синергізму. Характерні особливості процесу глобалізації бізнесу. Теорія конкурентної переваги. Інтеграційні процеси та їх особливості в управлінні суб'єктами туристської сфери. Тенденції процесів глобалізації в індустрії туризму. Об'єднання підприємств туристської галузі. Глобальні об'єднання. Організаційні форми зарубіжного підприємництва. Причини розповсюдження стратегічних альянсів. Угоди про франчайзинг. Чотири види консорціумів. Характерні особливості стратегічних альянсів. Об'єднання туристів: клуби, асоціації, союзи.

1.12. Науково-технічний прогрес та його вплив на розвиток туризму.

Сутність поняття "науково-технічний прогрес" та основні етапи його розвитку. Основоположні аспекти ефективної роботи туристських підприємств. Зміст системного підходу. Поняття "системність" і "комплексність". Комплексна природа туристських послуг. Складові комплексного туристського обслуговування. Комп'ютеризація в туристській індустрії. Комп'ютерні інформаційні технології. Залежність використання інформаційних технологій від специфіки діяльності об'єкта. Роль впровадження сучасних офісних комп'ютерних інформаційних технологій.

1.13. Страхування в туристській діяльності.

Основи поняття страхування. Основна мета і зміст страхування. Особливості специфічності страхування як економічної категорії. Страхові фонди (резерви). Чотири функції страхування: ризикова, попереджувальна (превентивна), накопичувальна (ощадна), контрольна. Учасники страхування. Угода між страховиком і страхувальником. Страховий ринок як сукупність відносин з приводу пропозиції і продажу страхових послуг. Страховий випадок. Страхове відшкодування. Ризик у системі страхування. Види ризиків. Характерні ознаки системи страхування. Класифікація шкідливих чинників в туризмі. Основні види страхування в туристській діяльності. Франшиза та її види: умовна, безумовна і сукупна. Класифікація видів страхування, що застосовуються в туризмі. Класифікація медичного страхування. Договірні відносини між туристським підприємством і страховими організаціями. Категорій іноземних громадян, звільнених від обов'язкового медичного страхування. Страхування та ефективність його застосування в туризмі.

1.14. Організаційні ознаки послуг розміщення в туристській діяльності.

Засоби розміщення та їх класифікація. Державний стандарт ДСТУ4268-2003 "Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги". Колективні й індивідуальні засоби розміщення. Характерні риси засобів розміщення. Головні вимоги щодо засобів розміщення. Розміщення клієнтів туристської сфери у транспортних турах. Компоненти забезпечення і обслуговування у транспортному засобі. Якість обслуговування в дорозі (в транспортному турі). Комфортність транспортних перевезень тривалої подорожі. Фізіологічні й емоційні чинники комфорту. Організаційні аспекти взаємодії підприємств туризму з організаціями – засобами розміщення. Міжнародна готельна конвенція. Склад інформації для розміщення туристів у готелі.

1.15. Готелі та організація їх функціонування як головного сегмента засобів розміщення.

Готельні підприємства, класифікація та вимоги. Параметри рівня комфортності. Державний стандарт ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Відповідність систем класифікації за рівнем комфорту в різних країнах.

Організаційні засади у наданні послуг в готельних підприємствах. Сутність, особливості й порядок надання готельних послуг. Етапи процесу надання основної послуги в готельній діяльності. Типологія готелів. Технологічний цикл обслуговування клієнта готелю. Готельні громадські приміщення та їх призначення. Класифікація готельного номерного фонду. Бронювання місць у готелях. Складові готельного продукту. Особливості процесів виробництва та реалізації готельних послуг. Організація управління готельним комплексом. Типова пірамідальна структура управління готелем. Форми управління підприємствами готельного господарства: управління за контрактом, управління через договір франчайзингу, оренда. Сутність понять про готельні ланцюги. Стратегічні проблеми у розвитку готельного підприємства.

1.16. Організаційні основи послуг харчування в туристській галузі.

Послуги харчування в туризмі та їх характеристика. Варіанти послуг харчування. Схеми організації харчування туристів. Особливості режиму харчування туристів. Норми харчування й споживання води в турі. Кількісний і якісний склад їжі раціону харчування туриста. Харчування туристів у DESTИНАЦІЯХ. Чотири системи обслуговування туристів в готелях. Види сніданків. Харчування за формулами “все включено”. Правила обслуговування гостей у номерах. Самостійне відвідування об’єктів харчування. Оцінка якості облаштування і обслуговування на об’єкті харчування. Характерні особливості харчування туристів під час транспортних турів. Склад і можливості обладнання кухні і автобуса. Рівень обслуговування вагонів-ресторанів. Залежність обсягу і частоти харчування від тривалості рейсу і класу обслуговування. Заходи безпеки при забезпеченні харчуванням. Організація взаємовідносин підприємств туризму з підприємствами харчування.

1.17. Санаторно-курортні послуги у сфері туристської індустрії.

Санаторно-курортні заклади як складова туристської галузі. Рекреаційно-туристські ресурси. Суб’єкти санаторно-курортного туризму. Курорт як освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення. Необхідні вимоги до курортів. Природна курортна територія. Курортологія як медична наукова дисципліна. Комплексний підхід санаторно-курортного лікування. Типи спеціалізованих санаторіїв. Терміни лікування у санаторіях. Бальнеолікарні і грязелікарні. Характеристика санаторно-курортних послуг. Специфіка санаторно-курортної галузі. Принципи санаторно-курортного лікування. Функції санаторно-курортних закладів. Основні методи санаторно-курортного лікування: бальнеотерапія, грязелікування, кліматолікування, лікувальна фізкультура, лікувальне харчування. Завдання медичної реабілітації як виду курортної діяльності. Етапи лікувального процесу. Технологічні періоди медичної реабілітації. Функціональні складові курортного обслуговування. Галузева структура курорту. Взаємодія санаторно-курортних і туристських підприємств. Санаторно-курортний комплекс України та перспективи його розвитку.

1.18. Інформаційні технології та їх застосування в туризмі.

Зміст основоположних понять інформаційних технологій. Інформаційні технології як основа створення і функціонування інформаційних систем. Технічний прогрес в області інформаційних технологій. Шляхи розвитку інформаційних технологій в туризмі. Характерні риси розробки і впровадження інформаційних технологій в туризмі. Напрямки автоматизації функціонування туристських підприємств. Рівні використання сучасних інформаційних технологій.

Програмне забезпечення в туристських подорожах. Пакет прикладних програм “Туристський офіс”. Системи автоматизації та інтеграції роздрібного продажу туристських послуг туристського офісу «TRAVEL OFFICE-2000». Програмний комплекс для автоматизації туристського офісу “Майстер Тур”. Система автоматизації туристського офісу “BEWOTEC”. Система “Continent - ANT”. Автоматизовані системи бронювання і резервування. Мультимедійні довідники і каталоги для туристських фірм. Інтернет-технології в туристській індустрії. Форми використання глобальної мережі Інтернет. Застосування інформаційних технологій як чинник ефективної діяльності туристських підприємств.

2. Організація екскурсійної діяльності

2.1. Вступ до екскурсознавства та організації екскурсійної діяльності.

Екскурсознавство. Основи екскурсознавства. Екскурсійна теорія. Екскурсійна методика. Предмет екскурсійної методики. Складові екскурсійної методики. Екскурсійна практика. Маркетингові дослідження ринку екскурсійних послуг. Маркетингові дослідження ринку екскурсійних послуг (екскурсійний маркетинг). Створення екскурсій. Підготовка екскурсовода. Реклама. Комунікаційна діяльність. Екскурсійне обслуговування. Менеджмент екскурсійної діяльності. Види туристсько-екскурсійних організацій. Екскурсійна діяльність.

2.2. Сутність, основні функції та ознаки екскурсії. Класифікація екскурсій.

Визначення екскурсії. Аспекти практичної екскурсійної діяльності. Екскурсія як цілеспрямований, запрограмований наочний процес пізнання особистістю оточуючого світу. Схема екскурсійного процесу. Функції і ознаки екскурсії. Принципи екскурсії. Екскурсійний метод та його особливості. Класифікація екскурсій. Оглядові й тематичні екскурсії. Назва екскурсії як мовний вираз змісту екскурсії. Тема в екскурсії. Композиція екскурсії. Провідна підтема. структуру екскурсії: сюжет, фабула, кульмінація.

2.3. Технологія проектування та формування нової екскурсії.

Екскурсія як результат двох процесів: підготовки й проведення. Напрямки підготовки нової екскурсії. Екскурсійна методика. Етапи підготовки нової екскурсії. Схема екскурсій: вступ, основна частина, висновок. Визначення

мети й завдань екскурсії. Вибір теми. Відбір літератури й складання бібліографії. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів. Картка об'єкту. Критерії оцінки об'єктів. Маршрут екскурсії. Варіанти побудови маршрутів. Вимоги до екскурсійного маршруту. Об'їзд маршруту. Контрольний текст екскурсії. Індивідуальний текст. Комплектування «портфеля екскурсовода». Методична розробка екскурсії.

2.4. Методичні прийоми надання екскурсійних послуг.

Класифікація методичних прийомів. Показ, його сутність, завдання, умови. Послідовність дій екскурсовода при показі об'єкта. Ступені показу. Види показу. Особливості показу. Показ як реалізація принципу наочності. Методичні прийоми показу. Розповідь в екскурсії. Основні вимоги до розповіді на екскурсії. Особливості розповіді на екскурсії. Методичні прийоми розповіді. Сполучення розповіді і показу на екскурсії. Особливі методичні прийоми на екскурсії: зустріч з учасникам подій, прийом дослідження, прийом демонстрації наочних посібників. Засвоєння екскурсоводом методичних прийомів.

2.5. Техніка ведення екскурсії.

Перевірка екскурсоводом необхідної документації. Знайомство з групою. Розміщення групи біля об'єктів. Вихід і повернення екскурсантів в автобус. Пересування екскурсантів. Місце екскурсовода. Дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому й розкриття окремих підтем. Техніка проведення розповіді при русі автобуса. Відповіді на питання екскурсантів. Паузи в екскурсії. Техніка використання «портфеля екскурсовода». Дотримання елементів ритуалу.

2.6. Професійна майстерність екскурсовода.

Вимоги до екскурсовода. Складові професійної майстерності екскурсовода. Кваліфікаційні вимоги до професії екскурсовод. Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу. Склад акредитаційної комісії. Посвідчення і нагрудний знак. Особистість екскурсовода. Вміння і навички екскурсовода. Мова й жести екскурсовода. Підготовка екскурсовода до проведення екскурсії. Шляхи підвищення професійної майстерності екскурсовода.

2.7. Особливості екскурсій для різних категорій груп екскурсантів.

Види класифікації екскурсантів. Особливості сприйняття екскурсій різними групами екскурсантів. Рівні підготовленості аудиторії. Особливості проведення екскурсій для різних категорій екскурсантів. Створення екскурсійних груп з урахуванням віку. Рід занять екскурсантів. Екскурсії для сільського населення. Екскурсії для приїжджих (в готелі, мотелі). Екскурсії для відпочиваючих у санаторіях. Екскурсії для молоді. Екскурсії для дітей. Пішохідні екскурсії.

2.8. Основи музеєзнавства. Екскурсійна діяльність в музеях.

Основні поняття музеєзнавства. Предмет музеєзнавства. Музей як історично обумовлений багатофункціональний інститут соціальної пам'яті. Функції музеїв. Типи й профілі музеїв. Становлення і розвиток музейної справи. Експерсійно-виставкова діяльність музеїв. Основні особливості музейної експозиції. Принципи побудови музейної експозиції. Музейна експозиція та її види. Музейні експозиції. Музейна експерсія як складова частина програми експерсійного обслуговування. Особливості проведення експерсій в музеях. Основні методичні прийоми проведення музейних експерсій.

3. Організація туристичних подорожей

3.1. Система створення туристичних підприємств та організація їх функціонування.

Законодавче підґрунтя господарської діяльності туристичних підприємств. Закон "Про підприємства в Україні". Послідовність заснування туристичних організацій. Елементи створення туристичних організацій. Етапи створення туристського підприємства. Вибір організаційно-правової форми підприємства. Фізичні і юридичні особи як суб'єкти господарювання. Основні поняття туроперейтингу. Туристичні послуги та їх ліцензування.

3.2. Туристичні подорожі в системі туристичних послуг.

Туристична подорож як туристичний продукт. Туристичний пакет. Елементи туристичного пакету: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер. Структура туристичного продукту. Туристські комбінації розміщення і харчування. Туристичний тур як основний ринковий продукт. Туристські послуги. Поняття додаткових туристично-експерсійних послуг. Технологія процесу підготовки, реалізації і проведення туру.

3.3. Технологічні основи організаційного процесу туристичної подорожі.

Основоположні етапи створення туристичного продукту. Визначення ціни туристичного продукту. Маркетингова складова в туристичній індустрії. Процес залучення туристів та його активізаційні заходи і засоби. Організаційні аспекти туристського обслуговування різноманітних типів споживачів. Світові туристичні виставки та ярмарки. Комплексні маркетингові дослідження турпродукту.

3.4. Туристичний ринок як об'єднання виробників і споживачів послуг.

Теоретичні засади поняття "туристичний ринок". Вимоги до туристичних подорожей. Умови виходу виробників послуг на туристичний ринок. Функціонування туристичного ринку та його закономірності. Закон зростання потреб. Закон суспільного поділу праці. Закон економії часу. Туристичний процес та його соціально-економічна сутність. Риси туристичного процесу. Специфіка та ознаки ринку туристичних послуг. Модель збалансованого функціонування туристичного ринку.

3.5. Попит і пропозиція на туристичному ринку послуг.

Особливості туристичної пропозиції. Особливості туристичного попиту. Основоположні принципи виробництва й споживання туристичного продукту. Фактори формування і функціонування туристичного ринку (співвідношення між попитом і пропозицією на ринку). Попит як складова туристичних потреб. Вплив величини доходів на туристичний попит у розрізі регіону. Сегментація туристичного попиту. Сучасні тенденції туристичного попиту.

3.6. Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки в туризмі.

Сутність поняття "договір". Види та характеристика договорів у туристичній діяльності. Договори між туроператором (турагентом) та туристом. Договори між туроператором та турагентом. Договори між туроператором та його партнерами. Вимоги до договорів. Угода між туристичною фірмою та автотранспортним підприємством. Угоди з авіакомпаніями та їх види. Угода з залізницею (оренда спеціалізованих туристичних потягів). Угода з закладами харчування.

3.7. Переговорний процес як значущий сегмент забезпечення туру.

Поняття про переговори. Етапи та основи стратегії переговорів. Визначення взаємних інтересів сторін. План переговорного процесу. Психологічна готовність у переговорах. Стилі і тактичні прийоми ведення переговорів.

3.8. Заходи безпеки туристських подорожей.

Поняття безпеки туристичних подорожей. Основні вимоги до безпеки життєдіяльності туристів. Відповідальність туристичних організацій за порушення техніки безпеки. Правила поведінки туристів у разі надзвичайних ситуацій. Нормативно-правові акти, що забезпечують безпеку туристських подорожей. Основні умови забезпечення безпеки на транспорті. Правила поведінки туристів у рай специфічних факторів ризику. Обов'язки туристів щодо дотримання правил поведінки в країні (місці) перебування.

3.9. Претензійна робота в туризмі.

Сутність поняття "претензія". Основні права та обов'язки туриста. Угода про партнерство. Претензійна робота та її етапи. Документи, які підтверджують нанесення шкоди. З'ясування характеру шкоди. Визначення винуватця шкоди. Визначення термін подачі претензії. Відшкодування витрат. Форма відшкодування. Закону України «Про захист прав споживачів». Договірна та не договірна шкода. Усунення претензійних недоліків. Розміри та умови відшкодування. Форс-мажор.

3.10. Методичні основи проведення туристичних подорожей.

Зв'язок основних елементів туристичної подорожі. Поняття про розробку схеми маршруту туру. Основні етапи розробки туристичних подорожей. Схеми

маршрутно-транспортних турів. Класифікація маршрутів.

3.11. Програмне забезпечення туристів.

Поняття програмного обслуговування. Види програмних заходів. Основні принципи формування туристичних програм. Класифікація екскурсій. Організаційно-технічні заходи з забезпечення туру. Класи туристичного обслуговування (класи готелей, номерний фонд, обсяги та форми харчування).

3.12. Програма туристичної подорожі та її розробка.

Сутність програми туру. Розробка програми обслуговування туристів. Технологічна карта туристичної подорожі. Інформаційний листок до туристичної путівки. Графік завантаження підприємства. Програми перебування туристів.

3.13. Бронювання туристського обслуговування.

Теоретичні основи бронювання туристичних послуг. Процес бронювання послуг готельних, транспортних, екскурсійних підприємств. Вимоги до бронювання. Порядок бронювання через Інтернет. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню. Оформлення замовлень на комплексне туристське обслуговування. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі.

3.14. Паспортно-візові, митні, валютні та медико-санітарні вимоги в туристичних подорожах.

Паспортні формальності. Види віз та порядок їх оформлення. Оформлення паспортно-візової документації. Шенгенська угода та шенгенська віза: правила оформлення документів туристів. Прикордонні та митні вимоги в туристській діяльності. Митна декларація. Валютні формальності. Санітарно-епідеміологічні правила в міжнародних туристських подорожах. Місцеві туристські формальності та збори.

3.15. Організаційні засади транспортного обслуговування в туристській діяльності.

Транспорт як засіб забезпечення туристської діяльності. Сутність понять "туристичний транспорт", "транспортне перевезення". Система транспортного забезпечення в туризмі. Чинники вибору транспортних засобів для забезпечення туристської подорожі. Класифікація транспорту в туристській діяльності: сухопутний (автомобільний, залізничний), водний, повітряний. Переваги і недоліки транспортних засобів для подорожування. Оцінка привабливості основних транспортних засобів. Інтеграційні аспекти різних транспортних засобів у туризмі. Система взаємодії транспортних та туристських підприємств. Комбіновані транспортні послуги. Протириччя і конфлікти взаємодії між транспортом і туризмом. Договори з автотранспортними підприємствами. Договори з авіакомпаніями. Договори із залізницею. Договори при організації подорожей водним транспортом.

3.16. Туристські перевезення на автомобільному і залізничному транспорті.

Перевезення автомобільним транспортом. Види автотуризму. Напрями автопослуг, що використовуються у туристському обслуговуванні. Особливості міжнародних перевезень. Групи нормативних документів в міжнародних перевезеннях автобусами. Види міжнародних перевезень пасажирів. Вимоги до автобусів для міжміських перевезень. Автобусні перевезення та їх класифікація. Трансферні перевезення туристів. Класифікація туристських автобусів. Перевезення залізничним транспортом. Залізнична мережа України. Залізничний туризм. Класифікацію видів залізничного туризму. Види поїздів. Категорії вагонів.

3.17. Туристські перевезення повітряним і водним транспортом.

Перевезення повітряним транспортом. Види авіації. Авіакомпанії як складовий елемент системи туризму. Класифікація класів обслуговування при авіаперевезеннях. Класифікація класів обслуговування при авіаперевезеннях. Норма багажу. Вид харчування у польоті. Чартерні перевезення. Класифікація чартерів. Ціна чартерного перевезення. Різновиди тарифів на авіаперевезення. Перевезення водним транспортом. Морські й річкові перевезення туристів. Класифікація засобів морських пасажирських перевезень. Категорії круїзних компаній. Класифікація кают. Поняття "круїз". Види круїзних туристичних подорожей. Цінові особливості круїзів.

4. Організація анімаційної діяльності

4.1. Анімація як обов'язкова складова культурно-дозвіллевої практики.

Сутність поняття анімації. Види анімаційного туризму. Мета туристичної анімації. Значення та роль туранімації. Принципи й методи туристсько-анімаційної діяльності. Анімація як спосіб залучення туристів. Валеологія як теоретична основа туристської анімації. Культура здоров'я як глобальна проблема. Врахування соціально-педагогічних і соціально-психологічних факторів у проблемах здоров'я. Валеологія як інтегральна наука про здоров'я. Сфера анімаційної діяльності як складова відновлення психічних і фізичних сил. Компоненти здоров'я: соматичне, фізичне, психічне, моральне.

4.2. Анімаційна діяльність у туризмі.

Функції туристичної анімації: адаптаційна, компенсаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, освітня, вдосконалююча, рекламна, холистична. Туристична анімація як різновид туристичної діяльності. Типологія анімації. Рекреаційна анімація. Анімаційні туристичні маршрути. Додаткові анімаційні послуги. Готельна анімація. Види анімації як елементи анімаційних програм: анімація у русі, анімація через переживання, анімація через спілкування, анімація через заспокоєння, культурна анімація, творча анімація.

4.3. Організація дозвілля від найдавніших до нинішніх часів.

Розваги давніх греків. Олімпійські ігри. Ігри загальногрецького характеру: істмійські, немейські, піфійські. Леонідайони. Традиційні свята. Театральні вистави. Організація відпочинку у давніх римлян. Мережа гостинних дворів, пансіонів і таверн. Лазні (терми) як культурно-відпочинкові центри Давнього Риму. Перегони на конях. Гладіаторські бої. Проведення дозвілля в Середньовіччі. Трубадури, жонглери, клоуни. Рицарські турніри. Карнавальні традиції. Туристичні анімаційні заходи сьогодні.

4.4. Характерні риси анімаційного готельного менеджменту.

Поняття менеджменту анімації. Анімаційна підсистема управління. Потреби туриста. Задоволеність туриста. Складові ефективної анімаційної діяльності. Готельний анімаційний менеджмент як система управління процесом надання анімаційних послуг. Специфіка анімаційного менеджменту. Об'єкт і суб'єкт управління. Стратегія й тактика управління. Функції анімаційного менеджменту. Особливості та значення готельної анімації. Завдання анімаційної служби. Готельна анімація як складова підвищення іміджу готелю.

4.5. Організація анімаційних послуг у готелях.

Поняття анімаційної послуги. Механізм реалізації анімаційної послуги. Складові ефективної реалізації анімаційної діяльності. Концепція готельної анімаційної діяльності. Анімаційний процес, його мета і завдання. Структура послуги анімаційного типу. Матеріальна база як складова у забезпеченні функціонування анімаційних служб. Інфраструктура і можливості реалізації анімаційних програм. Чинники формування матеріально-технічної бази дозвілля: клас, рівень, категорія туристично-рекреаційного закладу. Інструктаж щодо збереження матеріальної бази. Зміст готельних анімаційних послуг і програм. Типологія напрямів і програм туристичної анімації. Склад культурно-пізнавальних анімаційних програм туристичного комплексу.

4.6. Роль аніматорів в організації й реалізації анімаційних програм.

Сутність діяльності аніматора. Аніматор-мультиплікатор, аніматор у бізнесі, аніматор шоу-бізнесмен. Поле діяльності аніматора. Працеграма та обов'язки тураніматора. Модель спеціаліста туристської анімації. Особисті якості аніматора: комунікабельність, терпеливість, відповідальність, інтелігентність, акторські здібності і задатки природженого лідера. Вимоги до аніматорів. Особливості роботи з туристами різних категорій. Графік роботи туристського аніматора. Правила поведінки спеціаліста з анімації. Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих. Класифікація туристів за віком.

4.7. Основи реалізації анімаційних програм свят, вечорів відпочинку та концертів.

Сутність поняття «анімаційна програма». Тема масового свята. Групи учасників свята. Способи підвищення зацікавленості глядача.

Багатоцентровість масових свят. Особливості підготовки й розробки анімаційних програм. Організація концертів і вечорів відпочинку. Поняття й класифікація концертів. Принципи організації збірного концерту. Тематичний і театралізований концерт. Анімаційно-театралізовані вечори і їх функції. Прийоми новизни й співучасті. Прийоми втілення змісту матеріалу. Суть театралізації. Процес і стадії розробки нових анімаційних програм. Основні характеристики анімаційних програм. Реклама анімаційних програм. Танцювально-розважальні й конкурсно-ігрові програми. Етапи роботи над конкурсно-ігровою програмою.

4.8. Анімація як невід'ємна складова ділової сфери.

Поняття і застосування анімації ділової діяльності. Види й функції ділової анімації: комунікативна, соціальна, психотерапевтична, інформаційна, рекламна. Поняття ділового й дипломатичного протоколу. Переговори як підґрунтя налагодження ділових контактів. Анімація по просуванню послуг. Метод анімаційного показу. Аніматор продажу і бізнес-заходів. Анімаційна діяльність на виставках, ярмарках, корпоративних заходах. Анімація урочистих обідів і вечорів.

4.9. Інноваційні підходи до організаційних питань анімації у туристській галузі.

Напрямки анімаційної діяльності. Чинники формування додаткових туристичних послуг. Модель анімаційних туристичних послуг. Етапи визначення нових можливостей анімаційних послуг. Права споживачів. Розважальні ноу-хау за окремими видами туризму. Організація анімаційної роботи в зарубіжних країнах (Туреччині, Угорщині, Польщі, Сполучених Штатах Америки). Робота анімаційних команд. Програма розважальних заходів у міні-клубі на тиждень.

4.10. Драматургія анімаційно-театралізованих програм.

Сутність поняття "драматургія". Сценарій як основний сегмент драматургії. Епізоди сценарію. Особливості сценарію анімаційної програми. Оргкомітет анімаційних програм. Елементи запису сценарію анімаційної програми: опис місця дії, опис дії, використання техніки. Сценарно-режисерський та драматургічний підхід. Специфіка літературно-сценарної роботи. Використання засобів у сценарній роботі. Документальні засоби. Художні засоби з елементами театралізації. Засоби клоунади, буфонади, гумору, пародії, шаржу і ярмаркового свята. Науково-популярні й техніко-пропагандистські засоби.

4.11. Спортивні заходи в анімаційній діяльності.

Загальні відомості про спортивну анімацію. Збереження і зміцнення здоров'я як головні функції спортивної анімації. Здоровий спосіб життя – основа спортивних анімаційних заходів. Види й роль спортивних заходів в анімації. Виховання сили. Виховання швидкості. Виховання спритності.

Розвиток витривалості. Збереження і розвиток гнучкості. Спортивна підготовка як основний аспект якостей аніматора. Інструктаж з техніки безпеки. Аеробіка. Сутність поняття та історія походження "аеробіки". Класифікація аеробіки. Оздоровча аеробіка як напрямок масової фізичної культури. Характерні риси оздоровчої аеробіки. Поняття аква-аеробіки. Вправи у воді як діючий засіб для підтримки фізичної форми різних категорій осіб. Позитивні властивості аква-аеробіки. Підтримка теплового балансу.

4.12. Гра як ефективна форма анімації в туризмі.

Поняття гри та її освітнього і виховного потенціалу. Гра як засіб виховання, навчання і розвитку. Гра як засіб моделювання життєвих і навчальних проблемних ситуацій. Ефективність ігрового методу. Класифікація ігор. Фізичні й психологічні ігри та тренінги. Інтелектуально-творчі ігри. Соціальні ігри. Комплексні ігри. Шоу-ігри. Класифікація рухливих ігор. Сюжетні та безсюжетні ігри. Психолого-педагогічні складові можливостей гри. Мета використання гри в туризмі як психологічного методу. Завдання анімаційної діяльності в процесі гри.

4.13. Дитяча анімація як важливий сегмент туристської діяльності.

Дитяча анімація та її зміст. Спеціальні споруди, приміщення й устаткування для дітей. Ціль дитячих аніматорів. Курс практичної анімації. Інструктаж з техніки безпеки. Анімаційні програми для дітей. Диференціація ігор відповідно до віку дітей. Мотивація до участі в іграх. Послуги доглядальниці. Особливості діяльності дитячого аніматора. Правильна організація фізичних вправ і ігор. Значення дитячої гри в анімації. Основна техніка рухів.

4.14. Анімаційно-дозвіллева діяльність для санаторно-лікувальних закладів та сімейних пар.

Особливості анімації у санаторно-курортній сфері. Розробка дозвіллевих заходів з врахуванням вікових груп. Проблеми реалізації анімації в санаторно-курортних установах. Узгодження анімаційних програм з режимом лікувальних процедур. Інфраструктура анімаційного сервісу. Анімаційний сервіс як сукупність дій, що забезпечують позитивний настрій. Типи анімаційного сервісу. Технологія анімаційної діяльності. Форми організації дозвілля на лікувальних курортах. Традиційні форми дозвілля. Бібліотечна робота. Зоотерапія як вид анімації. Види зоотерапії: фелінотерапія, каністерапія, іппотерапія, дельфінотерапія. Дельфіни як унікальний біокоректор для людини. Механізм впливу іппотерапії на організм людини. Психологічний стан клієнта як головна характеристика успішного відпочинку. Анімаційні програми для сімейного кола. Сучасні жінки як важливий сегмент туристського ринку. Критерії визначення повноцінності сімейного дозвілля. Обсяг вільного часу для сімейного дозвілля.

4.15. Індустрія карнавальних анімаційних розваг.

Сутність поняття "карнавал". Історія виникнення карнавалу. Ритуальні й обрядові звичаї як основа карнавалу. «Життя навиворіт, світ навпаки» як головна риса карнавалу. Карнавальний рух у світі. Дитячі карнавали як гарантія продовження карнавальних традицій. Карнавальна атмосфера. Анімаційна карнавальна хода. Бразильський карнавал. Венеціанський карнавал. Гоанський карнавал. Кельнський карнавал. Новоорлеанський карнавал. Карнавал у Німці. Карнавал у Базелі. Карнавал на Канарах. Карнавал на Ямайці. Карибський карнавал у Британії.

4.16. Особливості анімації свят і фестивалів.

Поняття й класифікація свят. Анімаційне оформлення свят. Методи й завдання свят. Історичне коріння подій, традиції, обряди як складові програми дій свят. Календар свят. Класифікація свят. Анімація релігійних, міжнародних і державних свят. Анімаційний сервіс як форма збереження культурної спадщини. Народні й календарні свята. День сміху. Професійні свята. Поняття «фестиваль» і його анімаційне оформлення. Феєрверки як невід'ємна частина анімаційного оформлення. Свята в туризмі як можливість розвитку творчої думки. Анімаційне пожвавлення фестивалів. Приклади анімації фестивалів і шоу. Форми розвитку конкретної теми. Чеховський фестиваль. Полуничний травневий фестиваль. Свято Томатіна. Апельсинові бої. Фестиваль квітів. Гарбузовий фестиваль. Фестиваль верблюдів Desert Festival. Фестиваль повітряних зміїв. Фестиваль повітряних куль. Фестиваль гурманів. Гонконгський гастрономічний фестиваль. Фестиваль вітрильних суден. Фестиваль воскових фігур.

4.17. Особливості анімаційних реконструкцій у туризмі.

Історична реконструкція й музейна анімація. Анімаційний тур. Організовані розваги. Індивідуальні й групові розваги. Історична реконструкція як відтворення матеріальної й духовної культури минулої історичної епохи. Рольова гра. Науковий експеримент. Відновлення історичних подій. Анімація тематичних парків. Музеї під відкритим небом. Постановочні й спортивні турніри. Епохи історичної реконструкції. Історики- реконструктори. Ціль реконструкцій. Місця проведення історичних реконструкцій. Казка як основа дитячих музейних анімаційних заходів. Анімація міських пам'ятників і статуй.

5. Туроперейтинг

5.1. Сутність туроперейтингу.

Основи понять туроперейтингу як об'єктів вивчення курсу. Головні тенденції розвитку туризму. Етапи еволюції туроперейтингу. Туроператор та предмет його діяльності. Схема організації роботи туроператора по розробці й реалізації туристського продукту.

5.2. Типологія й функції туроператорів.

Головні типи туроператорів. Діяльність операторів масового ринку. Спеціалізовані оператори. Функції туроператорів. Спеціалізація на певних продуктах і послугах та сегменті ринку. Туризм певного місця призначення та спеціального інтересу. Організаційні засади турів для внутрішнього туризму. Виїзні туроператори. Місцеві туроператори.

5.3. Характеристика й структура турпродукту.

Споживчі властивості турпослуг. Туристський продукт як об'єднаний предмет споживання споживчих якостей (у формі послуг). Основні складові частини турпослуг: туристсько-екскурсійні послуги, тур, товари. Фактори виробництва турпродукту. Фази життєвого циклу турпродукту.

5.4. Туристський пакет у туropolерейтингу. Фактори впливу на його створення.

Турпакет як сукупність головних елементів туру. Склад турпакету: пересування, послуги, розміщення, враження. Фактори: підтримка транспортних компаній; політична стабільність у країні призначення; відносини між сторонами призначення і відправлення; попит на подорожі в дані країни (країну); рівень розвитку туризму в країнах призначення; доля ринку та конкуренція.

5.5. Туристське планування.

Стадії планування туристських пакетів. Договірні плани. Типова шкала туropolерейтингових програм. Принципи відбору місць прийому. Ухвалення рішень про місця призначення; тривалість туру, засоби розміщення.

5.6. Маркетингове дослідження у туropolерейтингу.

Виявлення тенденцій попиту, потреб, пріоритетів. Маркетинг як діяльність щодо аналізу ринку у забезпеченні розробок та збуту турпродукту. Туристський маркетинг як склад основних прийомів і методів для вирішення поставлених цілей. Основоположні функції маркетингу.

5.7. Технології розробок турпродукту у туropolерейтингу.

Сутність та етапи розробки турпродукту. Основні та специфічні потреби туристів. Вихідні диференціації туристських поїздок. Споживчі властивості турів. Умови та принципи розробки турів. Процес розробки туристичних маршрутів.

5.8. Основи програмного туризму.

Зміст поняття програмного туризму. Програмне обслуговування. Основні принципи програмного туризму. Умови підготовки нових програм. Сучасна концепція організації програмного туризму. Цикли рекреаційних занять. Особливості програм обслуговування: пізнавальна; освітня; спортивна, ділова тощо. Цільові програми. Основні види послуг, які входять в кожну туристичну програму. Програма обслуговування ґрунтується на меті подорожі. Принципи

формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Мотиви туристів при виборі подорожі. Принципи створення програмного туристичного продукту. Методика розробки програмного туру. Складові програм обслуговування.

5.9. Ціна турпаketу у туроперейтингу.

Поняття ціни в туризмі. Ціна орієнтована на витрати як поширений спосіб визначення ціни турпаketу. Ціноутворення та його особливості в туризмі. Калькуляція вартості турпослуг. Диференціація цін при сезонності туристського споживання.

5.10. Якість обслуговування у туроперейтингу.

Поняття туристської послуги. Соціально-культурна послуга. Елементи якості послуг: якість потенціалу підприємства, якість процесу, соціальний якість. Особливості туристських послуг. Якісні та кількісні характеристики послуг. Туристичний продукт. Споживчі параметри і властивості турпродукту. Вимоги до якості готельних і туристських послуг. Оцінка якості турпослуг.

5.11. Рекламні каталоги та їх функції у туроперейтингу.

Поняття реклами. Завдання реклами. Функції реклами. Рекламна діяльність у туризмі. Основні риси реклами. Основними завданнями рекламної діяльності в туризмі. Принципова схема рекламного процесу. Сутність каталогів як рекламно-інформаційних видань. Друкована реклама. Найголовніші види друкованої реклами. Туристський каталог. Електронний каталог. Класифікація каталогів. Головна перевага рекламних каталогів. Основними напрямками рекламно-інформаційної діяльності турпідприємств. Характерні риси реклами в каталогах в індустрії туризму. Правила створення та оформлення каталогів. Правила складання каталогу. Вимоги до рекламного каталогу в туризмі.

5.12. Договірні відносини між рецептивним і ініціативним туроператором

Поняття договору та його положення. Договірні відносини в туроперейтингу. Основоположні питання, що фіксуються в договорі між рецептивним і ініціативним туроператором: маршрути поїздки, зустріч і проводи, розміщення, харчування, транспорт, супровід, екскурсії, місцеві податки й збори. Оформлення угод купівлі-продажу туру. Договір про туристський обмін. Відповідальність сторін за порушення угод. Вимоги, які необхідні у визнанні дійсності угоди. Мова документів та переписки.

5.13. Переговори з постачальниками турпродукту у туроперейтингу.

Поняття та значення переговорів. Стратегічні підходи до проведення переговорів. Перспектива переговорів у діяльності туроператора з постачальниками послуг. Моделі ділових переговорів. Підготовчий етап в переговорах: аналіз предмету переговорів: проектування можливих варіантів рішень, формування можливого «портрета» партнера. Тактичні прийоми під час

переговорів. Правила психологічного впливу у веденні переговорів. Варіанти вирішення проблем у процедурі завершення переговорів. Позитивні результати переговорів. Негативні результати переговорів. Головні напрямки по збереженню контактів з партнером.

5.14. Основи управління персоналом в сфері туropolерейтингу.

Поняття управління персоналом. Кадрова політика та метод кадрового планування. Технологічні особливості та критерії відбору персоналу. Мотивація персоналу. Професійні стандарти в туризмі. Кваліфікаційні вимоги щодо фахівців туріндустрії. Основні вимоги до менеджера у туropolерейтингу.

5.15. Фактори ризику в екстремальних видах туризму.

Поняття ризику в туризмі. Фактори ризику в туризмі. Техногенні й природні фактори ризику. Своєчасне інформування туристів по запобіганню ризику. Епідеміологічна та бактеріологічна безпека. Санітарні формальності. Вакцинація при візиті до країн і регіонів, відповідальність туристської фірми. Специфіка ризику в екстремальних видах туризму. Інструктаж туристів. Способи зниження ризиків в туризмі. Напрямки підвищення безпеки туристів.

5.16. Правове забезпечення відносин у туropolерейтингу.

Ліцензування та стандартизація в туropolерейтингу. Правові засади розрахунків у туropolерейтингу. Сутність громадянської відповідальності операторів перед третіми особами та органами державної і місцевої влади. Кримінальна відповідальність працівника туropolераторів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Контроль успішності здобувача вищої освіти здійснюється згідно порядку оцінювання результатів навчання в Херсонському державному університеті.

Оцінка результатів екзаменів здійснюється на атестації Екзаменаційною комісією за 100-бальною системою контролю знань, прийнятою в Університеті та національною шкалою і відображаються у відповідних відомостях і протоколах роботи Екзаменаційної комісії.

Загальна оцінка визначається, як сума балів за виконання всіх видів завдань. За формулою:

$$ЗБ = \frac{\sum \text{кількість балів за кожен модуль}}{\sum \text{кількість модулів}}$$

Максимальна кількість балів, які може отримати здобувач – 100 балів.

Таблиця відповідності балів та критеріїв оцінювання здобувачів вищої освіти СВО «бакалавр» при розв'язанні теоретичних питань

| За шкалою ECTS | Сума балів | За національною шкалою | Коментар |
|----------------|------------|------------------------|--|
| A | 90-100 | Відмінно | Здобувач вищої освіти виявив всебічні, глибокі та систематичні знання навчального матеріалу дисциплін, що передбачені програмою; проявив творчі здібності в розумінні, логічному, стислому та ясному трактуванні навчального матеріалу та його практичному застосуванні; засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни, їх значення для подальшої професійної діяльності. |
| B | 82-89 | Дуже добре | Здобувач виявив систематичні та глибокі знання навчального матеріалу дисциплін; засвідчив уміння ефективно виконувати передбачені програмою завдання; засвоїв взаємозв'язок основних понять дисциплін, їх значення для подальшої професійної діяльності. |

| | | | |
|----|-------|--------------|--|
| C | 74-81 | Добре | Здобувач виявив добрі знання навчального матеріалу дисциплін при виконанні передбачених програмою завдань, але припустив кілька помітних помилок; продемонстрував системний характер знань; опрацював основну рекомендовану літературу; здатний до самостійного використання та поповнення надбаних знань у процесі подальшої навчальної роботи та професійної діяльності. |
| D | 64-73 | Задовільно | Здобувач виявив знання навчального матеріалу дисциплін у обсязі, достатньому для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності, але припустив значну кількість помилок або недоліків у відповідях на запитання та при виконанні завдань, які може усунути; ознайомився з основною рекомендованою літературою. |
| E | 60-63 | Достатньо | Здобувач виявив знання навчального матеріалу дисциплін у мінімальному обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності; припустив суттєві помилки у відповідях на запитання та при виконанні завдань тощо. |
| FX | 35-59 | Незадовільно | Здобувач має значні прогалини в знаннях основного навчального матеріалу дисциплін; допускає принципові помилки при виконанні |
| F | 0-34 | Незадовільно | Здобувач не має знань зі значної частини навчального матеріалу; допускає принципові помилки при виконанні більшості передбачених програмою завдань; не спроможний самостійно засвоїти програмний матеріал. |

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

з дисципліни «Маркетинг та менеджмент туристичної діяльності»

Основна література:

1. Андренко І. Б. Менеджмент туризму: навч. посібник / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ, 2014. – 402 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова. – К.: Знання-Прес, 2016. – 645 с.
3. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2017. – 502 с.
4. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посібник / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2018. – 351 с.
5. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2017. – 343 с.
6. Мальська М. П. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, С. П. Білоус. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 190 с.
7. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 424 с.
8. Маркетинг туризму: навч. посібник для студентів ВНЗ: у 2 ч. / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов. – К.: Видавництво Європейського університету, 2016.
9. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посібник / О. Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 384 с.
10. Старостіна А. О. Маркетинг: навч. посібник / А. О. Старостіна, О. В. Зозульов. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Знання, 2015. – 327 с.

Додаткова література:

11. Кошкалда І. В. Маркетингові дослідження: навч. посібник / Харківський національний аграрний ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Харків: [б. в.], 2017. – 158 с.
12. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі: підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 328 с.
13. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підручник] / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2015. – 661 с.
14. Мальська М. П. Управління персоналом у туризмі: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун, І. З. Жук. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 234 с.
15. Маркетинг турпродукту: підручник / Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. – К.: Кондор, 2009. – 394 с.
16. Мельникова О. О. Маркетинг в туризмі: навчально-методичний посібник. – Старобільськ: Видавництво ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2015. – 152 с.

17. Мельниченко С. В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: навч.-метод. посібник / С. В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 218 с.
18. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти. Навчальний посібник для ВНЗ / За ред. В. О. Лук'янова. – К.: Кондор, 2017. – 430с.
19. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник / за ред. В. Ф. Семенова. – Одеса, 2011. – 225 с.
20. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник / за ред. Д. М. Стеченко. – К.: Знання, 2012. – 455 с.
21. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: монографія / В. К. Федорченко. – К.: Слово, 2015. – 471 с.
22. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібник / Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2015. – 178 с.
23. Шульгіна Л.М. Маркетингова діяльність туристичного бізнесу: монографія / Л.М. Шульгіна. – К.: КНТЕУ, 2016. – 597 с.

Інформаційні ресурси

24. Маркетинг в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://tourlib.net/marktur.htm>
25. Менеджмент в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://tourlib.net/mentur.htm>
26. Туризм. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://pidruchniki.com/turizm/>

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

з дисципліни «Організація туризму»

Основна література:

1. Абрамов В. В. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі України. / В. В. Абрамов, М. М. Покоłodна / Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. Серія : Экономические науки. - Київ: «Техніка», 2017. - Вып. 75. – С. 203-211.
2. Бабарицька В. К. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посібник / В. К. Бабарицька, А. Я. Короткова, О. Ю. Малиновська. - Київ: Альтерпрес, 2016 – 462 с.
3. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності, [текст] навч. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. - К.: «Центр учбової літератури», 2016. -178 с.
4. Дашевська І. М. Інтерактивні методи навчання та їх застосування в екскурсійній діяльності / І. М. Дашевська, О. І. Томкович // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. - Луганськ, 2014. - № 4 (239). - Ч. 2. - С. 129-134.
5. ДСТУ EN 15565:2016 (EN 15565:2008, IDT) Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://cct.com.Ua/2016/1.08.2016.236.htm>
6. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 1282-IV від 18.11.2003 р. / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2000. - № 18 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.uazakon.com>
7. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-IV // Відомості Верховної Ради України, 2004 р., № 13.
8. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-IV, в редакції від 02.08.2006 р. // Відомості Верховної Ради України, 2006, № 39.
9. Зінченко В. А. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. А. Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. - Серія : філософські науки. - Київ, 2015. - Вип. 8. - С. 211-223.
10. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги - ХХІ, 2008. - 344 с.
11. Король О. Д. Організація екскурсійного обслуговування в туризмі: навч. посіб. / О. Д. Король. - Сучава, Сучавський університет, 2015. - 110 с. [Електронний ресурс] / - Режим доступу: <http://www.geotour.chnu.edu.ua/index.php?page=/ua/07navchproc>
12. Методичні рекомендації з питань провадження екскурсійної діяльності / Н. Гасюк, М. Головатий, Р. Красій, В. Перердерко. - Івано-Франківськ, 2015. - 45 с.
13. Федорченко В. К. Історія екскурсійної діяльності в Україні: навч. посібник /

В. К. Федорченко, О. М. Костюкова, Т. А. Дьорова, М. М.Олексійко. - Київ: Кондор, 2017. - 166 с

14. Чагайда І. М. Екскурсознавство: навч. посібник /І. М. Чагайда, С. В. Грибакова. - Київ : Кондор, 2015. - 204 с.

Додаткова література:

15. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: Навчальний посібник/ В.Бабарицька, А.Короткова, О.Малиновська. – К.: Альтерпрес, 2017.
16. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туропереїтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. - К. : Альтерпрес, 2015.
17. Божук Т. І. Інноваційні підходи до організації анімації в рекреаційно-туристичній діяльності / Т.І. Божук [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008_628/64.pdf
18. Бочелюк В. Й. Дозвілєзнавство: навчальний посібник / В. Й. Бочелюк. - К.: Центр навчальної літератури, 2016. - 208 с.
19. Ганич Н. М., Антонюк Н.В., Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2017. – 661 с.
20. Головінець В., Горобець О., Гуцал С. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. – Тернопіль: Терно-граф, 2015.
21. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Книги -XXI, 2014. - 300 с.
22. Ковальчук А. С. Організація і технологія обслуговування туристів туристичною фірмою. Навчально-методичний посібник. - Львів: ВКП «ВМС», 2015. - 152 с.
23. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2016. - 104 с.
24. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. - К. : Знання, 2018. - 661 с.
25. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посібник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. - К.: ЦУЛ, 2015. - 248 с.
26. Мальська М. П., Худо В. В Туристичний бізнес: теорія та практика.Підручник. - 2-ге вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 368 с.
27. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. - К.: КНТЕУ, 2016. - 494 с.
28. Михайліченко, Г. І. Основи туризмознавства: опорний конспект лекцій / Г.І. Михайліченко. - К.: КНТЕУ, 2014. - 75 с.
29. Михайличенко Г. І. Практика організації туристичних подорожей. - К.: ВЦКНТЕУ, 2016. - 155 с.
30. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Поколюда та ін.; за ред. І.М. Писаревського. - Х.: ХПАМГ, 2017. – 541 с.
31. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: Навч. посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 344 с.
32. Рудяк Ю., Кузнецов В., Кліменко А. Все про облік та організацію

- туристичної діяльності. - Х.: Фактор, 2016. - 276 с.
33. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. - К.: Музична Україна, 2015. - 256 с.
 34. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: навчальний посібник / А. А. Мазаракі [та ін.]; ред. А. А. Мазаракі; Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К. : КНТЕУ, 2015. - 596 с.
 35. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 537 с.
 36. Туристична діяльність в Україні: Нормативно – правове регулювання / Роїна О.М. (2-е вид., змін, та доп.). - К.:КНТ,2016. - 464 с
 37. Туристичні послуги в Україні: зб. норм. актів. - К.: Юрінком Інтер, 2016. – 320 с.
 38. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навчальний посібник. – К.: Вид-во ФПУ, 2017. – 233 с.
 39. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посібник. – К.: Фліка, 2016. – 264 с.

Інформаційні ресурси

40. <http://www.evropa.org.ua> - сайт інформації про туризм в Європі
41. <http://www.krugosvet.ru> - Туристична енциклопедія.
42. <http://www.land-travel.com.ua> -- сайт туризму та подорожей.
43. <http://tourlib.net/> – сайт туристичної літератури.
44. <http://whc.unesco.org> -- сайт Світової спадщини ЮНЕСКО.
45. <http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/world-heritage/>. - Всемирное наследие.
46. www.world-tourism.org/ruso/ - Всесвітня туристична організація.
47. <http://www.tau.org.ua>. - Туристична асоціація України.
48. <http://altu.com.ua>. - Асоціація лідерів турбізнесу України.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Херсонський державний університет
Факультет бізнесу і права
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

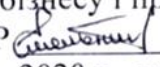
ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної та
науково-педагогічної роботи,
голова науково-методичної ради


Віталій КОБЕЦЬ
«29» 01 2021 р.


Питання до атестації здобувачів вищої освіти
КОМПЛЕКСНИЙ ЕКЗАМЕН
ЗА ФАХОМ МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ, ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма «Туризм»
Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денна та заочна форма навчання

ПОГОДЖЕНО
на засіданні науково-методичної ради
факультету бізнесу і права
Голова НМР  Катерина МЕЛЬНИКОВА
«08» грудня 2020 р., протокол № 6

Херсон – 2020

Затверджено на засіданні кафедри
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Протокол № 5 від 07.12.2020 р.

Завідувач  Олена ОРЛЕНКО
(Підпис) (П.І.Б)

Питання

з дисципліни «Маркетинг та менеджмент туристичної діяльності»

1. Передумови та тенденції розвитку маркетингової концепції управління в туризмі.
2. Основні категорії та поняття маркетингу в туризмі.
3. Еволюція концепцій маркетингу в туризмі.
4. Сутність, зміст та особливості маркетингу в туризмі.
5. Туристичний продукт як об'єкт маркетингового управління.
6. Характеристика та особливості послуг туристам з точки зору маркетингу.
7. Internet-маркетинг в туризмі.
8. Принципи туристичного маркетингу.
9. Характеристика основних етапів процесу маркетингового управління на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях.
10. Маркетингові цілі та види маркетингових досліджень в туризмі.
11. Принципи та форми організації маркетингових досліджень туристичним підприємством.
12. Види та основні правила збору, обробки і використання маркетингової туристичної інформації.
13. Маркетингова інформаційна система туристичного підприємства.
14. Джерела маркетингової туристичної інформації, їх характеристика.
15. Кількісні методи збору первинної інформації в туризмі.
16. Якісні методи збору первинної інформації в туризмі.
17. Структура та правила складання анкети для опитування потенційних споживачів туристських послуг та туристів.
18. Основні напрямки проведення маркетингових досліджень в туристичних організаціях і підприємствах.
19. Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства (організації).
20. Географічна та видова сегментація туристичного ринку.
21. Кон'юнктура та місткість туристичного ринку. Частка ринку.
22. Маркетингові дослідження конкурентів та конкурентного середовища на туристичному ринку.
23. Бенчмаркетингові дослідження в туризмі.
24. Маркетингові дослідження споживачів туристських послуг.
25. Характеристика основних факторів, що впливають на туристський попит.
26. Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства.
27. Асортиментна політика туристичного підприємства.
28. Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу. Моделі якості.
29. Концепція життєвого циклу туристичного продукту.
30. Основні етапи розробки та впровадження нового туристичного продукту.
31. Сутність, цілі і завдання цінової політики туристичного підприємства.
32. Характеристика основних етапів розробки цінової політики та фактори, що

- визначають цінову політику туристичного підприємства.
33. Характеристика цінових стратегій, що можуть застосовуватись туристичним підприємством.
 34. Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту.
 35. Основні етапи розробки збутової політики.
 36. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.
 37. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика.
 38. Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації).
 39. Персональний продаж у комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства.
 40. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту туристичним підприємством.
 41. Робота з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій.
 42. Особливості та види реклами в туризмі. Характеристика основних етапів рекламної діяльності.
 43. Виставкова та ярмаркова діяльність туристичних підприємств і організацій.
 44. Фірмовий стиль туристичного підприємства (організації).
 45. Технологія брендінгу в туризмі.
 46. Особливості туризму як об'єкту управління. Поняття про соціально-економічну систему туризму, її компоненти.
 47. Сутність і зміст менеджменту туризму. Принципи менеджменту.
 48. Характеристика функцій менеджменту в туризмі, їх взаємозв'язок.
 49. Система методів менеджменту в туризмі, їх взаємозв'язок.
 50. Передумови розвитку менеджменту і туризму як окремих сфер людської діяльності.
 51. Розвиток основних наукових шкіл менеджменту в туризмі. Сучасні детермінанти менеджменту туризму.
 52. Керуюча та керована підсистеми управління в туризмі, їх характеристика, взаємозв'язки.
 53. Турист як суб'єкт соціально-економічної системи туризму. Фактори мотивації туристів. Типи туристів. Управління туристською мотивацією.
 54. Туристичний регіон (дестинація) як об'єкт управління в туризмі.
 55. Туристичні підприємства та організації як об'єкт управління в туризмі, їх класифікація.
 56. Туристична політика, її сутність, інструменти. Державна туристична політика України: мета і завдання, пріоритетні напрями, шляхи реалізації.
 57. Сучасні моделі державного управління в індустрії туризму. Особливості вітчизняної моделі управління в туризмі.
 58. Організація управління туристичною індустрією в Україні.
 59. Форми управління господарською діяльністю в індустрії туризму.
 60. Управлінське середовище туристичного бізнесу, його сутність, основні компоненти.
 61. Вплив зовнішнього середовища на управлінську систему туристичного

підприємства.

62. Внутрішнє середовище управлінської діяльності в туристичному підприємстві, його складові та їх взаємовідносини.
63. Організаційна структура управління туристичним підприємством, її сутність, завдання, принципи, компоненти.
64. Формальні та неформальні організації, їх взаємодія та вплив на управління туристичним підприємством.
65. Характеристика типів організаційних структур управління туристичним підприємством. Проектування управлінських структур підприємства.
66. Стратегічне та оперативне управління туристичним підприємством, їх сутність, функції, принципи.
67. Управлінські рішення, їх сутність, ознаки. Класифікація управлінських рішень.
68. Етапи розробки та реалізації управлінських рішень. Моделі та методи прийняття управлінських рішень у туризмі.
69. Людський фактор у туристичному бізнесі. Зміст та особливості управлінської праці в туризмі.
70. Керівник туристичного підприємства, його влада, вплив, авторитет. Форми влади та впливу керівника.
71. Поняття про стиль керівництва, його класифікацію. Характеристика стилів керівництва туристичним підприємством. Формування іміджу керівника туристичного підприємства.
72. Модель сучасного менеджера туристичного підприємства (основні вимоги, ділові та особисті якості). Саморозвиток менеджера.
73. Управління людськими ресурсами туристичного підприємства: сутність, функції, специфіка. Концепція управління персоналом.
74. Система управління персоналом туристичного підприємства, її компоненти, організаційна структура.
75. Кадрова політика туристичного підприємства.
76. Комунікативний менеджмент, його сутність, функції і значення в туризмі. Комунікативна культура менеджера.
77. Комунікативний процес як об'єкт управління в туристичній діяльності. Види комунікацій у туристичному підприємстві.
78. Технологія комунікативного менеджменту в туризмі. Вербальне та невербальне спілкування менеджера туристичного підприємства.
79. Управління міжкультурною комунікацією в індустрії туризму.
80. Соціально-психологічний клімат як фактор стабільності трудового колективу туристичного підприємства, механізми й інструменти його регулювання.
81. Управління конфліктами та стресами в туризмі.
82. Управління інформаційними процесами туристичного підприємства.
83. Управління маркетингом в індустрії туризму.
84. Система фінансового менеджменту в індустрії туризму.
85. Поняття про ефективність менеджменту, засоби її досягнення. Соціальна й економічна ефективність менеджменту в туризмі.

86. Якість послуг у сфері туризму, її сутність та складові компоненти. Значення підвищення якості послуг у індустрії туризму.
87. Оцінка якості туристичних послуг, її критерії, показники, методи.
88. Система управління якістю послуг підприємств у сфері туризму. Діяльність служби управління якістю туристичної фірми.
89. Система антикризового управління в індустрії туризму. Ризик- менеджмент у туризмі.
90. Інноваційний менеджмент у туризмі.

**Питання
з дисципліни «Організація туризму»**

1. Еволюція та історичні передумови становлення туризму.
2. Стан туристичної індустрії в Україні.
3. Функції туризму.
4. Взаємодія UNWTO з іншими організаціями.
5. Класифікація туристських організацій.
6. Нормативно-правові та законодавчі акти України в області туризму.
7. Класифікація туристських підприємств.
8. Особливості туристського продукту.
9. Туроператори як суб'єкти туристської індустрії.
10. Спеціалізовані види туризму та особливості їх організації.
11. Принципи організації транспортного обслуговування туристів.
12. Види туристичних формальностей та умови їх виконання.
13. Туристичні документи та правила їх оформлення.
14. Бронювання туристичних послуг.
15. Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік та розрахунки.
16. Основи поняття страхування.
17. Основні види страхування в туристській діяльності.
18. Страхування та ефективність його застосування в туризмі.
19. Засоби розміщення та їх класифікація.
20. Готельні підприємства, класифікація та вимоги.
21. Санаторно-курортні заклади як складова туристської галузі.
22. Санаторно-курортний комплекс України та перспективи його розвитку.
23. Реклама в індустрії туризму.
24. Тур як основний ринковий продукт.
25. Технологія процесу підготовки, реалізації і проведення туру.
26. Світові туристичні виставки та ярмарки.
27. Туристський ринок як об'єднання виробників і споживачів послуг.
28. Умови створення та функціонування туристичного підприємства.
29. Особливості туристичної пропозиції.
30. Особливості туристського попиту.
31. Організація роботи з клієнтами.
32. Застосування інформаційних технологій в туризмі.
33. Класифікація переговорів.
34. Функції переговорів.
35. Поняття безпеки туристичних подорожей.
36. Претензійна робота в туризмі.
37. Основні права та обов'язки туриста.
38. Відшкодування витрат. Договірна та не договірна шкода.
39. Особливості тематичних парків.
40. Сутність, основні функції та ознаки екскурсії.
41. Технологія проектування нової екскурсії (етапи).

42. Техніка проведення розповіді при русі автобуса. Відповіді на питання екскурсантів.
43. Дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому й розкриття окремих підтем та елементів ритуалу.
44. Основи музеєзнавства. Екскурсійна діяльність в музеях.
45. Мета й тема екскурсії, їхня пізнавальна спрямованість.
46. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів. Картка об'єкта.
47. Класифікація екскурсій за тематикою.
48. Етапи підготовки екскурсії.
49. Відбір літератури, вивчення джерел, ознайомлення з експозиціями музеїв.
50. Складання маршруту екскурсії, його об'їзд або обхід.
51. Підготовка контрольного та індивідуального тексту екскурсії.
52. Складання технологічної карти екскурсії.
53. Складання «портфеля екскурсовода», його використання для різних видів екскурсії.
54. Вимоги до професійної майстерності екскурсовода.
55. Підготовка та способи підвищення кваліфікації екскурсовода.
56. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування.
57. Особливості використання методів розповіді та показу на екскурсії.
58. Екскурсійний аналіз та види аналізу.
59. Організація анімаційних послуг у готелях.
60. Роль аніматорів в організації й реалізації анімаційних програм.
61. Сутність діяльності аніматора.
62. Особисті якості аніматора.
63. Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих. Класифікація туристів за віком.
64. Основи реалізації анімаційних програм свят, вечорів відпочинку та концертів.
65. Анімація як невід'ємна складова ділової сфери.
66. Анімаційна діяльність на виставках, ярмарках, корпоративних заходах. Анімація урочистих обідів і вечорів.
67. Спортивні заходи в анімаційній діяльності.
68. Види спортивних заходів в анімації.
69. Анімаційні програми для дітей. Диференціація ігор.
70. Зоотерапія як вид анімації. Види зоотерапії.
71. Індустрія карнавальних анімаційних розваг.
72. Поняття «фестиваль» і його анімаційне оформлення.
73. Професійні вимоги до аніматора.
74. Менеджмент анімації: основні поняття, специфіка та функції.
75. Сценарно-режисерські основи анімації.
76. Особливості музичної та танцювальної анімації.
77. Принципи організації вербальної анімації.
78. Класифікація учасників туристської діяльності.
79. Характеристика споживачів туристського продукту.
80. Охарактеризувати функції туроператорів.

81. Охарактеризувати функції турагентів.
82. Мотиви туристів при виборі подорожі.
83. Особливості туристських послуг.
84. Вимоги до якості готельних і туристських послуг.
85. Охарактеризувати функції та завдання рекламної діяльності в туризмі.
86. Види рекламно-інформаційних послуг в туризмі.
87. Вимоги до особистих якостей фахівця в галузі туризму.
88. Фактори ризику в екстремальних видах туризму.
89. Поняття ризику та факторів ризику в туризмі.
90. Класифікація факторів ризиків в екстремальному туризмі за природою виникнення.

Гарант ОП



(Підпис)

Катерина СИНЯКОВА
(П.І.Б.)